

# МЕНИДЖЪР

цена 7 лв. [www.manager.bg](http://www.manager.bg)

**ВИРУСЪТ ВЕЧЕ  
НЕ МОЖЕ ДА ИЗКАРА  
ИКОНОМИКАТА  
ИЗВЪН РЕЛСИ**

Брой 3 (269) март – април 2021



## **НИК И ПРИРОДАТА НА УСПЕХА**

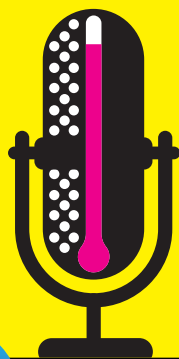
**КАК БРАТЯТА ИВО И КАЛОЯН КУМАНОВИ  
УПРАВЛЯВАТ ЗЕМЕДЕЛИЕТО НА БЪДЕЩЕТО**

**СВОБОДА НА  
ДВИЖЕНИЕ – КЕМПЕРЪТ  
Е НОВОТО ВКЪЩИ**

**ПЕТАНЕВНИЯТ  
СПРИНТ  
В БИЗНЕСА**



ДЕБАТИТЕ НА  
**МЕНИДЖЪР**



точка  
на  
кипене

Нов формат събития,  
в които МЕНИДЖЪР  
сблъсква тезите на  
експерти от различни  
области по горещи теми,  
свързани с бизнеса,  
икономиката, пазара на  
труда и лидерството.

Тема на първото издание:

**ТРЯБВА ЛИ ДА  
СЕ СТРАХУВАМЕ  
ОТ РОБОТИТЕ?**

Дата: 6 април 2021 г.  
Начален час: 15.00  
Формат: хибриден

Генерален спонсор:





# МЕНИДЖЪР

a company of  VM FINANCE GROUP

АДРЕС: СОФИЯ 1000, УЛ. „СЕРДИКА“ № 13, ЕТ. 3, 4  
WEB WWW.MANAGER.BG  
E-MAIL PRESS@MANAGER.BG

## УПРАВИТЕЛ

ДЕНИЦА ДИМИТРОВА ✉ dadimitrova@manager.bg

## ГЛАВЕН РЕДАКТОР

ЕЛИЦА НИКОЛОВА ✉ ednikolova@manager.bg

## ОТГОВОРЕН РЕДАКТОР

БОРЯНА ТЕЛБИС ✉ btelbis@manager.bg

## РЕДАКТОР СПЕЦИАЛНИ ПРОЕКТИ

ВЕНЦИСЛАВ САВОВ ✉ vsavov@manager.bg

## РЕДАКТОР

ПЕТЪР ХЕРАКОВ

## АРТ ДИРЕКТОР

РОСЕН ЙОРДАНОВ

## ДИРЕКТОР ПРЕДПЕЧАТ И ПРОИЗВОДСТВО

БОРИСЛАВ МИРАЗЧИЙСКИ

## ДИЗАЙН И ПРЕДПЕЧАТ

МИЛЕНА ВЪЛЧИНОВА

## КОРЕКТОР

СЕНКА СИМЕОНОВА

## СПЕЦИАЛИСТ МАРКЕТИНГ И КОМУНИКАЦИИ

МАГДАЛЕНА МАРТЕВА-СИМЕОНОВА

✉ mmsimeonova@manager.bg

## МЕНИДЖЪР РЕКЛАМА

КРАСИМИРА АЛЕКСАНДРОВА

✉ kalexandrova@manager.bg

## СПЕЦИАЛИСТ РЕКЛАМА

ЕЛЕНА ПАНАЙОТОВА ✉ Epanayotova@manager.bg

## СТАРШИ ЕКСПЕРТ ОНЛАЙН РЕКЛАМА

ДАРИНА КЮЧУКОВА ✉ dkyuchukova@manager.bg

## СПЕЦИАЛИСТ ДИГИТАЛНИ МЕДИИ И АБОНАМЕНТИ

ДИАНА УЗУНОВА ✉ duzunova@manager.bg

## СПЕЦИАЛИСТ СЪБИТИЯ

МАРТИН ГЕОРГИЕВ ✉ martingeorgiev@manager.bg

## МЕНИДЖЪР ПРОДАЖБИ И АБОНАМЕНТ

МАРИН ГЕНОВ ✉ mgenov@manager.bg

## ГЛАВЕН РЕДАКТОР

НА САЙТА „МЕНИДЖЪРНЮЗ“

ИРИНА ВЕЛЕВА ✉ iveleva@manager.bg

## ГЛАВЕН РЕДАКТОР НА САЙТА „ОБЕКТИ“

ВЛАДИМИР ТОДОРОВ ✉ vtodorov@obekti.bg

## РЕДАКТОР НА САЙТА „НОВИТЕ РОДИТЕЛИ“

ВЕСЕЛИНА МОНЧЕВА ✉ vmoncheva@noviteroditeli.bg

## ДИРЕКТОР ФИНАНСИ И АДМИНИСТРАЦИЯ

Деница Коцева

## КОРИЦА

Фелия Барух

  
Business Signature – спонсорирано съдържание

Брой 3 (269)  
март – април 2021

# бел. ред.

Любимата ми приказка е на Джани Родари за плажа в Остия, на който със сигурност сте били, когато всички пътувахме и всички пътища водеха към Рим.

На този плаж дошъл един господин, който не си намерил място сред хилядите чадъри. Пипнал нещо по дръжката на своя и се издигнал три метра над брега. Разпънал си и шезлонг, отворил книга и заплавал във въздуха под сянката на чадъра си.

Не го забелязвали в началото – всички се мъчели да видят късче море между главите на онези пред тях. Суматоха настанала чак когато книгата му паднала и смутила една госпожа. Тя се размърдала, за да вдигне скандал, не видяла деца с топки наоколо и погледнала нагоре. Когато господинът я помолил да му подхвърли книгата, тя припаднала.

Притекли се всичките италиански роднини да я спасяват, а тя със сетни сили им посочила хвърчащия летовник. „Слизайте, забранено е“, викнали разярените роднини. „Нищо подобно, на плажа няма място и аз се настаних тук. И аз плащам данъци“, отговорил той. Един след друг всички римляни си направили труда да погледнат нагоре и да го посочат с пръст. Едно момче обаче му подхвърлило книгата и тълпата го оставила на мира.

Не се знае какво е станало с припадналата госпожа. Знае се, че само децата продължили да гледат нагоре, молейки господина да ги научи да стоят във въздуха. Той обаче продължавал да си чете, а когато наближил залезът, отлетял с едно леко подухване на вятъра.

Ако на този свят още няма летящо над брега дете, проблемът е не само в системата, която привлича внимание върху припадъка си при всеки порив за иновация. И бизнесът трябва да сподели формулите си за издигане със „следващите на плажа“. Иначе всички ненаправени досега неща ще си останат такива.

Приятна работа.

Елица Николова

Печат

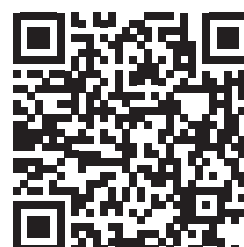
**АЛИАНС ПРИНТ**

пълноцветно обслужване



Издава „МИТ ПРЕС“ ООД,  
част от „ВМ ФИНАНС ГРУП“ АД

Абонамент за „Мениджър“ тук:



# съдържание

## Game On

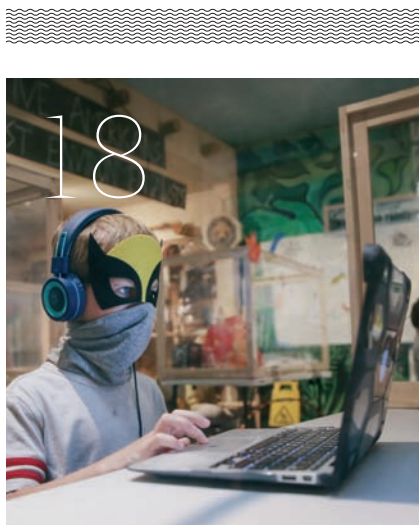
- 7 ОТИВАМЕ НА ЛАГЕР!**  
Първият по рода си бизнес лагер в Европа – от тийнейджъри за тийнейджъри
- 9 КОЙ ИМА ОТГОВОР НА ВЪПРОСА ЗА ЕДИН МИЛИОН ДОЛАРА**  
„ФинКултура“ на УниКредит Булбанк и образователните инициативи, които подпомага
- 10 ПАРАДОКСЪТ НА МАЛИНАТА**  
Trastena с краудфъндинг кампания по време на растеж
- 12 ЗДРАВЯТ УМ НА ПЪРВО МЯСТО**  
Виктория Викторова за уеб платформата MindFit

## Longform

- 14 ВИРУСЪТ ВЕЧЕ НЕ МОЖЕ ДА ИЗКАРА ИКОНОМИКАТА ОТ РЕЛСИ**  
Пазарът подобрява очакванията си за растеж и за година на възстановяване
- 18 НЕ ЗА УЧИЛИЩЕТО УЧИМ, А ЗА ЖИВОТА**  
Какво трябва да бъде образованието, което да гарантира на децата ни достойно място на пазара на труда
- 22 СУПЕР МАРИО 2.0**  
Очакват се чудеса от новия италиански премиер Марио Драги
- 26 ЕПИДЕМИЯТА НА ЗАВЛАДЕНИТЕ МЕДИИ**  
Орбан води битка с четвъртата власт и дава „пример“ и на други лидери
- 28 РЕГУЛАЦИИТЕ СРЕЩУ ДЖАК МА**  
Какво се случи след язвителните критики на предприемача към китайското финансово регулиране

## Leadership

- 30 НОВИТЕ НАЗНАЧЕНИЯ**
- 32 ПЕТДНЕВЕН СПРИНТ**  
Бързият път от идея до работещ продукт
- 36 ИГРАЙ И СТАВАЙ ПО-ДОБЪР**  
Геймификацията в управлението и мотивацията на екипа



- 39 ДОБРАТА КОМПАНИЯ: МОЯТ СМИСЪЛ ТЪРСИ ВАШИЯ**  
Всеки би предпочел да работи в „нормална“ вместо във „фантастична“ компания, стига мисията и ценностите да са ясни
- 42 УТРЕ ПО-ДОБРИ ОТ ДНЕС**  
Четири ключови мениджъри разказват за развитието си в „Бритиш Американ Табако“
- 46 ПИШЕ ИМ ГО НА ЛИЦАТА**  
Wellness програмите, които трябва да работят по същество, за да осмислят инвестицията
- 48 ДА ПРАВИШ ПОВЕЧЕ, ОТКОЛКОТО ОБЕЩАВАШ**  
Предприемачи от Крумовград за иновативния инструмент за подкрепа на микро-, малък и среден бизнес на „Дънди Прешъс Металс“
- 52 ОБСЕБЕН ОТ УСПЕХА**  
Наследството на четвъртия по богатство германец Хайнц Херман Тийле
- 55 ИСКАМЕ ДА ПРЕВЪРНЕМ ЛЕТИЩЕ СОФИЯ В ПРИМЕР ЗА УСПЕХ**  
Марко Росо, SOF Connect



## Business

- 56 ПРОФИЛ: СОФТУЕРЪТ И СОЛТА НА ЗЕМЯТА**  
Братята Иво и Калоян Куманови, съсобственици на NIK, развиват модерен бизнес близо до природата
- 64 ДРУГАТА СТОЙНОСТ НА АКТИВИТЕ**  
ESG рейтингът и важността му за инвеститорите
- 68 ESG СЕКТОРЪТ ЩЕ ПРОМЕНИ ФИНАНСОВИТЕ ПАЗАРИ**  
Елена Филипова, Refinitiv
- 71 НЕПОДОЗИРАНИ ВЪЗМОЖНОСТИ**  
Какъв е потенциалът на България за развиване на индустрии на и за бъдещето
- 74 ПОТРЕБИТЕЛИТЕ ОЧАКВАТ УДОБЕН, БЪРЗ И СИГУРЕН ДОСТЪП ДО СРЕДСТВАТА СИ**  
Симеон Пешев, Vivacom
- 76 MYFIN ОТ FIBANK И MASTERCARD**  
Дигитален портфейл като дигитална банка
- 77 ДО 2025 Г. ЩЕ ПОДОБРИМ ЖИВОТА НА 200 МИЛИОНА ПАЦИЕНТИ**  
Зоя Паунова, „АстраЗенека България“
- 78 НЕВИДИМА ЗАПЛАХА**  
Решението срещу атаките по киберсигурността от A1
- 80 КИБЕРЗАСТРАХОВКА – ЗАЩИТА ЗА КОМПАНИИТЕ ОТ ФИНАНСОВИ ЗАГУБИ В ГОЛЕМИ РАЗМЕРИ**  
Тодор Данаилов, „Евроинс Иншурънс Груп“ АД
- 82 ОБРАЗОВАНИЕТО НА БЪДЕЩЕТО**  
Лора Иванова, SoftwareONE
- 84 ЧОВЕКЪТ Е ЧОВЕК, КОГАТО Е НА ПЪТ**  
Covid-19 икономиката доведе до бум в продажбите на кемпери
- 89 ДОБРИТЕ СЛУЖИТЕЛИ ОТИВАТ КЪДЕТО СИ ИСКАТ**  
Кои са привлекателните дестинации за дигиталните номади и как се става такава



## Ad&Media

- 92 РЕКЛАМЕН ВКУС**  
Когато не се лишиш от творческата сила на агенциите дори в пандемия
- 95 МЯСТО НА ИСТИНАТА**  
Кирил Вълчев, БТА
- 98 ВСЕКИ ДЕН ИЗБИРАМЕ ДА НАДГРАЖДАМЕ**  
Бойчо Попов, Investor.bg
- 100 PR-ЪТ ТРЯБВА ДА ПРОДАВА**  
Рискът да станеш излишен, ако нямаш конкретни резултати
- 102 ОТЛИЧАВАЙ СЕ УМНО**  
Смелите цели на d:istinkt
- 104 ЗАРАДВАЙ СВОЙ КЛИЕНТ – СПЕЧЕЛИ НОВ**  
Внимание към застъпническия маркетинг
- 106 НЕЩО ЗА УМОРЕНИ ОТ СКУКА ОЧИ**  
Добрият продуктов дизайн

## Life

- 108 ПРЕДОТВРАТИМАТА БОЛЕСТ**  
Терапии, „поправящи“ остаряването
- 112 ОСТАРЯВАМЕ БАВНО, НЕУСЕТНО ПОЧТИ**  
Няколко книги за биохакинг, трансхуманизъм и живот с орлите
- 113 ПЕТ НЕЩА, КОИТО НАУЧИХ ПРЕЗ ПОСЛЕДНИЯ МЕСЕЦ**  
От Гери Турийска



WWW.MANAGER.BG



# МЕНИДЖЪР

ЕДНА ГОДИНА ПЪТУВАНЕ В СВЕТА НА БИЗНЕСА  
С АБОНАМЕНТ ЗА 66 ЛВ.



# Отиваме на лагер!



Владислав,  
Александра,  
Неда и  
Демира  
(от ляво  
надясно)

**От идейни щрихи на лист хартия до бизнес модел с истински потенциал за по-малко от месец – така започва историята на първия по рода си бизнес лагер за тийнейджъри в Европа**

✍ Габриела Беличовска  
📷 Юлиан Донов

„Искаме да направим нещо смислено, да научим младежите как се създава бизнес, да ги запознаем с тънкостите, да им дадем базовите познания, които да надграждат.“ Това не са думи на ментор или коуч, а на десетокласниците Александра, Владислав, Демира и Неда, които се появяват като светлина в

тунела, готова да изкара за добро българската образователна система от нейното равновесие. Четиримата сериозно са запретирили ръкави, за да вдигнат високо идеята си за създаването на летен лагер по предприемачество за тийнейджъри и да я приземят още това лято на морския бряг, където да се реализира в целия си прогресивен блясък.



FUNnel Camp е смелата бизнес заявка, с която Александра, Владислав, Демира и Неда искат да ни разкажат какво правят и от какво се интересуват едни 16-годишни ученици тук и сега в България. Техният преподавател Калин Радулов, който трета година е ментор в програмата за насърчаване на стартъп културата сред българските ученици „Тийноватор“, където участва и отборът на FUNnelCamp, ги предизвиква да говорят за бизнес. И не просто да обсъждат таргет групи, проучване на пазара, ценообразуване и ефективни бизнес модели, но и да покажат, че действително разбират значението на тези понятия, с които се запознават в профила „Бизнес и предприемачество“ в 19 СУ „Елин Пелин“ в София.

Резултатът е, че за по-малко от месец Александра, Владислав, Демира, Неда и техните приятели Анна и Ива подготвят концепция за маркетинг и организиране на FUNnel Camp.

↑ Преподавателят на младежите, Калин Радулов (в средата), им предава тънкостите от собствения си бизнес, за да подсигури успеха на амбициозната концепция за FUNnel Camp, разработена за по-малко от един месец

„Проучванията ни установиха, че няма подобен проект не само у нас, но и в Европа. Съществуват други лагери, но те са разработени на различен принцип и не са наша пряка конкуренция. Този „див“ пазар е ключов за успеха ни“, сигурни са младежите.

А ето на какъв лагер искат да заведат връстниците си: 10 дни на Черно море, в които няма да се гледа отнесено към хоризонта, а ще се слушат лекции от бизнес ментори; междувременно на произволен принцип се определят два отбора; те ще се състезават в решаването на бизнес казуси въз основа на наученото. Най-добрите кандидати ще могат да се включат в лагера и

безплатно чрез предоставена стипендия, а вече са привлечени и първите инвеститори. „Репетицията“ за събитието е била през януари, когато тийнейджърите решават да проведат онлайн иновационен лагер с подобен замисъл, в който участват над 100 души. Потвърждение, че идеята има потенциал, отборът получава и с представянето си на „Тийноватор: Уикенд на идеите“. В третото издание на събитието вземат участие над 150 младежи, създали близо 30 нови компании с напътствията на 25 ментори. По време на състезанието бяха представени страхотни идеи, сред които технология за разчистване на космически боклук, игра за справяне с тревожността и стреса сред тийнейджърите, платформи за кариерно ориентиране на млади хора, портали за частни уроци и комуникация с учители и какво ли още не. Всички отбори бяха оценявани от строго, справедливо и компетентно жури, което отличи FUNnel Camp с наградите за най-добър екип и най-добра идея. Сред важните уроци, оставащи за домашно на възрастните след подобни събития, е този за отговорността, която имаме за събуждане на предприемаческия и състезателния дух на децата. Трябва да им предадем безрезервно всичко, което знаем, за да могат след време да приложат на практика наученото в училище. В противен случай рискуваме да ги оставим с усещането, че са си загубили времето в класната стая. За отбора на FUNnel Camp обаче няма такава опасност. **M**





## Кой има отговор на въпроса за един милион долара

**Накратко: Всеки с добра финансова култура, а по-подробното обяснение следва**

✎ Виктория Блажева  
УниКредит Булбанк  
Юлиян Донов

**И**ван скоро е навършил 16 години и след 48 часа уебинар и няколко месеца работа в клуб на предприемача е на прав път към отговора на въпроса за един милион долара „Как да правим пари?“. Той току-що е спечелил награда от маститото жури от финансиста и предприемачи с технологична идея за устойчив бизнес за разчистване на космическия боклук, произвеждан от неактивните сателити около Земята. Докато в корпоративния свят се точат безкрайни часове срещи и стотици ситно изписани PowerPoint слайдове, Иван успява само в

3 минути, както е по регламент, да представи ясно бизнес идеята си, плановете си за навлизане на пазара, сегментацията на клиентите и очакваните парични потоци. Прави го без излишна показност, само с няколко спретнати слайда директно от Canva или Prezi. Иван е участник в „Тийноватор: Уикенд на идеите 2021“ – годишното двудневно състезание, в което десетки активни младежи печелят клиенти, фенове и вероятно финансиране за първия си бизнес, и то, преди да завършат училище. Това състезание за млади предприемачи, както и десетки други подобни инициативи, се организират с подкрепата на УниКредит Булбанк по програма „ФинКултура“ от инициативата Social Impact Banking (Банкиране със социално въздействие). Една от значимите цели на програмата е повишаване на финансовата култура на хората у нас чрез подкрепа на растяща екосистема от партньори в сферата на образованието, като училища и университети, неправителствени и бизнес организации в цялата страна. С тези партньори и с доброволния труд на десетки банкери все повече хора у нас получават безплатни обучения по основни умения за управление на лични и бизнес финанси.

„За нас въпросът да работим с младите хора за повишаване на тяхната финансова култура отрано е решението на „въпросите за един милион долара“. Колкото повече хората разбират от пари и от управление на финансите си, толкова по-уверени, предприемчиви и успешни ще са те. И ще правят не по един милион, а много повече с уменията си да създават стойностни бизнеси“, смята Теодора Петкова, председател на Управителния съвет на УниКредит Булбанк. „Като ваш доверен банкер ще ви кажа да инвестирате в своето знание и да обърнете сериозно внимание на опазването на дигиталната си идентичност“, съветва тя близо 100 ученици по време на онлайн уебинар, организиран от Junior Achievement с подкрепата на банката и други компании. JA също е част от екосистемата на „ФинКултура“. Подобни събития като уебинара на JA и предприемачески програми като „Тийноватор“, подкрепяни от „ФинКултура“ на УниКредит Булбанк, може би ще родят новите Илън Мъск, Стийв Джобс или Мелинда Гейтс, които ще отговарят уверено на въпроси и за един милион, и за един милиард долара, където и по света да успяват, защото ще са българи с отрано създадена здрава финансова култура. **M**



← Хит сред учениците по време на събитието става напълно безплатната е-книга на УниКредит Булбанк „Наръчник за здрави финанси: Тайните на финансовото благополучие“, съставена изцяло от доброволци – финансови експерти от банката, и съдържаща кратки практически съвети за инвестиции и управление на лични финанси, както и цяла глава, посветена на киберсигурността

# Парадоксът на малината

Как се прави краудфъндинг кампания за компания в растеж

✍ Боряна Телбис

През 2007 г. на българския пазар се появява напитката „Малина Мерло“ – комбинация между вино от грозде и плодово вино. Чудесна изненада, бихме казали ние, но и първа заявка за компанията производител Trastena, че няма да им е лесно да са първите, предлагащи подобен продукт, защото никой не е ходил по тази пътека досега и ще трябва сами да си я отпечат. Как се нарича такава напитка? В каква категория я вкарваш? Какви регулаторни предписания следваш? Да си изключение от правилото, даже от всички правила, може да е доста фрустриращо. Но от Trastena не се отказват и стигат до момента, в който законът им позволява да произвеждат масово вино само от плод и да го наричат точно

така – „вино“. „Подозирам, че ние имаме роля в приемането на тази поправка, защото по онова време никой не правеше плодови вина, но пък пазарът наложи да могат да се произвеждат и съответно да се наричат някак. Беше много странно преди – имаш продукт, но го няма в закона и не можеш да го произведеш“, разказва Оля Антонова, бранд мениджър на Trastena. Дотук добре, компанията започва да произвежда свободно продукта си и има необходимост от средства, за да расте. Само че влизат в следващия парадокс – имаш вино, има европроекти, субсидиращи изграждане на винарни и изби, но не можеш да кандидатстваш, защото виното ти не е от грозде. „Оказа се, че и по тази линия сме пионери и съответно пълни аутсайдери“, казва Оля, обясня-

вайки, че нито една подкрепа с европейско финансиране не би могла да отиде при производители като тях, които имат собствени насаждения, защото те не са от грозде – традиционната винена суровина, а от малини. Добре тогава, казват си от Trastena, и пробват да потърсят решение за растеж на бизнеса си през проекти за земеделска продукция, защото се занимават с биоземеделие от самото начало и всяка година получават биосертификати за малините си. И тук удрят на камък. „Тези програми не обхващат сценарий, в който земеделска продукция се преработва на вино. Щеше да е много смешно, ако вече не беше тъжно, но се оказа, че никой не го прави. Излиза, че заради иновативния подход към виното и модерния прочит на тази прекрасна